

Міністерство освіти і науки України

Національна академія наук України

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

«Академічна й університетська наука: результати та перспективи»,

присвячена 90-річчю Національного університету
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» та пам'яті
президента Національної академії наук України, академіка
НАН України Бориса Євгеновича Патона

Збірник наукових праць
за матеріалами

XIII Міжнародної науково-практичної конференції

10 - 11 грудня 2020 року

Полтава 2020

УДК 338.516.49 : 631.95

Чичкало-Кондрацька І.Б., д.е.н., професор
ORCID: 0000-0003-3123-841X
chichkalo.irina@gmail.com

Новицька І.В., PhD-студентка
ORCID: 0000-0001-7068-8320
Irma1994@ukr.net

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ІНСТРУМЕНТИ РИНКОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. Сьогодні спостерігаються процеси збільшення земельних площ та розширення виробництва органічної сільськогосподарської продукції в Україні, але основні регулюючі елементи даного ринку не приносять очікуваного ефекту від функціонування його суб'єктів, що призводить до вкрай повільних темпів формування вітчизняного ринку органічної сільськогосподарської продукції. У даній ситуації важливим регулюючим ринковим інструментом виступає система ціноутворення, яка за відповідних умов дозволить сформуванню ефективного ринку органічної сільськогосподарської продукції, що в кінцевому підсумку сприятиме розв'язанню соціально-екологічних проблем аграрної сфери нашої держави. У статті виявлені особливості ціноутворення органічної сільськогосподарської продукції. Виявлено причини встановлення високих цін на неї та сформовано шляхи оптимізації цін в перспективі.

Ключові слова: ціноутворення, ринок, органічна сільськогосподарська продукція, особливості, сертифікація, чинники, інструменти.

UDC 338.516.49 : 631.95

Chychkalo-Kondratska I. B., doctor of Science (Economics), Professor
E-mail: chichkalo.irina@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3123-841X

Novytska I. V., PhD student
E-mail: Irma1994@ukr.net
ORCID: 0000-0001-7068-8320

National University
«Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

TOOLS OF MARKET PRICING OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS

Abstract. Given the obviousness of the expanded production of organic agricultural products, the main regulating elements of this market should not bring a cleansed effect in terms of the function of one sub'ektyv, but to produce an increase in the general rate of production at a higher rate. At the end of the day, we are satisfied with our regulating control tool, our system of agronomic support is in place, as for all minds it is possible to develop effective market for organic food and drink for the best possible. The statistics have revealed the particularity of prices for organic products. The problem of the establishment of high prices has been revealed, and it has been taken into account the change in prices for the future.

Keywords: prices, market, organic agricultural products, specialties, certification, officials, tools.

Стійка тенденція зростання кількості товаровиробників органічної продукції в Україні спричиняє збільшення обсягів її споживання, що сприяє прискоренню сталого розвитку країни, адже виробництво органічної продукції не тільки позитивно впливає на статус

підприємств та держави, а й на здоров'я й тривалість життя людей, відтворення населення, стан навколишнього середовища, тощо. Досить важливе значення при просуванні на ринок органічної продукції має процес ціноутворення, що визначається досить високим рівнем інфляції, високою ціною на сировину органічного походження, підвищенням конкуренції в умовах євроінтеграції та зниженням купівельної спроможності потенційних споживачів.

Загальновідомо, що економічна наука розглядає ціну як категорію, яка виявляється в трьох базисних напрямках: грошовий вираз мінової вартості товару; індикатор відносної дефіцитності (рідкості) товару; регулятор розподілу виробничих факторів і доходу між різними сферами використання [4]. Таким чином, з позицій економічної теорії ціноутворення може бути представлено як процес, де на вході інтереси продавців (пропозиція), а на виході – інтереси покупців (попит). У результаті зіткнення протилежних інтересів відбувається встановлення вільної ринкової ціни (рис. 1).

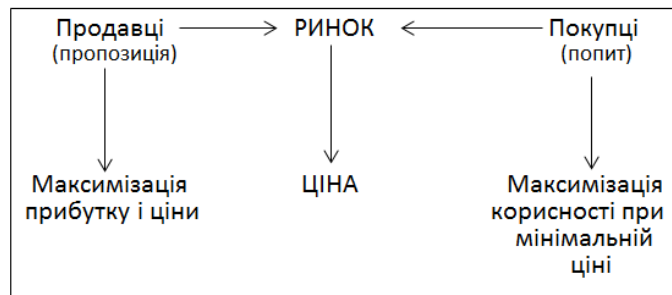


Рисунок 1. Процес ринкового ціноутворення

У системі ринку ціноутворення являє собою більш складний процес, де на вході – інтереси продавців (пропозиція) й інтереси покупців (попит), а на виході – узгодження інтересів продавців і покупців, що сприяє узгодженню інтересів (угоди) (рис. 2).

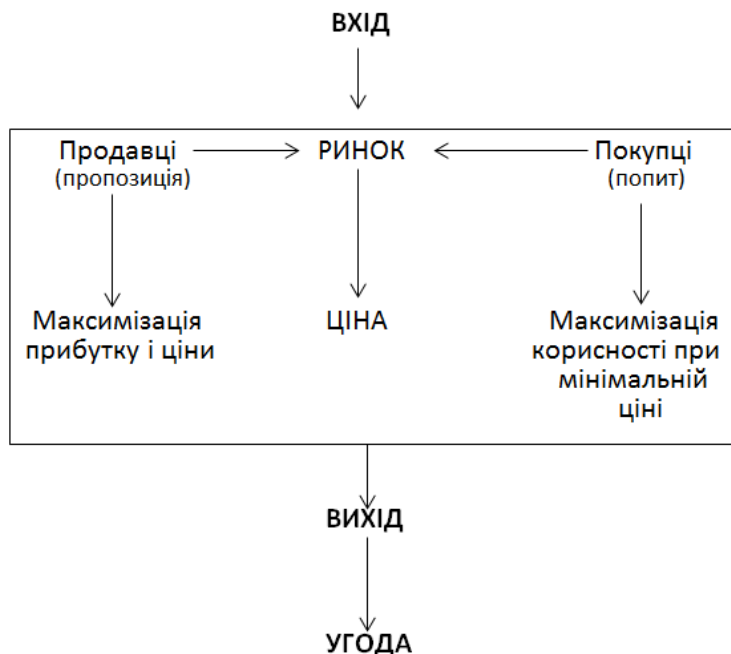


Рисунок 2. Процес ринкового ціноутворення

Відомо, що узгодження інтересів здійснюється інструментами маркетингу, з позицій якого ціна – це найважливіший інструмент досягнення корпоративних цілей, що впливає на діяльність компанії також за трьома напрямками [1, 3]:

- визначення величини обсягу продажів (виручки);

– розрахунок величини прибутку, що припадає на одиницю виробленого або проданого товару;

– підтримка інших інструментів marketing-mix.

Формування ціни залежить від багатьох факторів, але найбільш значимими є такі характеристики: вид галузі; тип і структура ринку; ринковий або централізований методи ціноутворення.

Розглянемо особливості ціноутворення на продовольчому ринку органічної продукції, виходячи з вищевказаних трьох характеристик.

Щодо виду галузі, слід зазначити, що окремі галузі національної економіки мають свої особливості. Це стосується і ціноутворення. Зокрема, для більшості видів аграрної продукції характерно сезонне коливання цін. Це обумовлено впливом сукупності ряду чинників, серед яких ми виділяємо як найбільш важливі два показники:

1) сезонність виробництва аграрної продукції;

2) високі витрати, які супроводжують весь «харчовий ланцюжок», особливо:

– на НДР (районування сортів, створення стійких до міжсезонного зростання сортів і т.п.),

– на виробництво, транспортування та зберігання продукції.

Для продовольчої продукції відзначаються специфічні риси ціноутворення в системі ринку. Як особливий інструмент ринку ціна на продовольчу продукцію має наступні характеристики:

1) має невисокий середній рівень для товарної одиниці агросировини внаслідок надходження його на ринок великими партіями;

2) для продуктів переробки – характеризується такою величиною, яка рідко вимагає повного циклу процесу прийняття рішення про реалізацію;

3) змінюється в широких межах в залежності від сезону;

4) визначається терміном придатності і якістю товару;

5) має слабку кореляцію зі споживчим попитом [5].

Слід зауважити, що процес ціноутворення органічної сільськогосподарської продукції більшістю, на нашу думку, обумовлений трьома факторами: інфляцією, моделлю ринку і рівнем прибутковості господарств.

Мінливість цін, пов'язана з інфляційними очікуваннями, залежить від рівнів інфляції (від повзучої до галопуючої). У разі, наприклад, монополістичної і олігополістичної моделі проявиться нецінова еластичність пропозиції і попиту.

Тут ще проявляється «ланцюжок» залежностей: попит залежить від прибутковості господарств, який пов'язаний з оплатою праці, а рівень останньої – від ступеня прибутковості підприємств. Остання, в свою чергу, багато в чому залежить від рівня і стабільності державної підтримки, яка в Україні для виробників органічної продукції є досить низькою.

Якщо звернутися до досвіду зарубіжних країн, то в них державна підтримка виробників органічної продукції базується на сукупності різних інструментів регулювання, серед яких до найбільш актуальних можна виділити такі:

– бюджетні дотації і субсидії;

– доплата переробним галузям для здешевлення основних продуктів харчування;

– забезпечення протекціоністської політики (в тому числі - держзамовлення) для підтримки місцевих товаровиробників;

– участь у ціноутворенні на стратегічно важливі ресурси;

– підготовка висококваліфікованих кадрів для АПК;

– реалізація ефективної податкової та кредитної політики та ін.

Державна підтримка у цій сфері дуже актуальна для України, де щорічно збільшуються площі землеробства під органічне виробництво. Оскільки перехід на таке виробництво є досить затратним та довготривалим, а процес сертифікації самої продукції є високовартісним, то в

багатьох країнах на державному рівні стимулюється створення нових суб'єктів органічного сектора та надається підтримка вже існуючим. Одним із інструментів такої підтримки є надання бюджетних субсидій на сертифікацію [2]. Українські ж виробники органічної продукції витрати на сертифікацію покривають власним коштом, а це в свою чергу впливає на ціноутворення.

У зв'язку з цим, на наш погляд, доцільним є реалізація різних заходів, зокрема з регулювання взаємовідносин між громадянами, державою і господарюючими суб'єктами України. До цих заходів належать такі: спостереження держави за індексом цін на органічну сільськогосподарську продукцію, сировину і індексом цін (тарифів) на промислову продукцію (послуги), яка використовується сільськогосподарськими товаровиробниками, і підтримка паритету індексів таких цін (тарифів) [6]; надання бюджетних коштів, застосування спеціальних податкових режимів щодо органічних товаровиробників; здійснення закупівлі, зберігання, переробки і поставок органічної сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства для державних / муніципальних потреб; регулювання ринку органічної сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства (в тому числі митно-тарифне і нетарифне регулювання); антимонопольне регулювання ринків АПК; проведення закупівельних і товарних інтервенцій на ринку органічної сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства, а також заставних операцій; та інші заходи, передбачені законодавством України.

Крім того, враховуючи, що при ціноутворенні органічної продукції головним принципом залишається «ціна-якість», ми пропонуємо застосовувати стратегію пільгової ціни. Так, наприклад, ця стратегія передбачатиме встановлення пільгової ціни на органічну продукцію для покупців, у яких фірма-продавець має певну зацікавленість. Пільгові ціни можуть використовуватися також як тимчасовий засіб стимулювання продажу (для тих, хто купить одну одиницю продукції, друга за нижчою ціною).

Таким чином, важливою особливістю ціноутворення на продовольчому ринку сільськогосподарської органічної продукції є активна участь держави в даному процесі, що викликано високими витратами виробництва органічної продовольчої продукції, необхідністю введення держконтролю за якістю даної продукції і здійснення регулюючих дій (ліцензування, відстеження нормативів і ін.).

Література

1. *Беляєва Н. В. Сучасний стан виробництва органічної продукції в Україні та світі / Н. В. Беляєва // Всеукраїнський науково-виробничий журнал: інноваційна економіка. – 2013. – Вип. 39. – С. 151–155.*
2. *Вовк В. Сертифікація органічного сільського господарства в Україні: сучасний стан, перспективи, стратегія на майбутнє / В. Вовк // Органічні продукти харчування. Сучасні тенденції виробництва та маркетингу органічної продукції : матер. міжнар. наук.-практ. семінару. – Львів. – 2010. – С. 3–7.*
3. *Грабовський Р. С. Конкурентоспроможність органічної продукції на продовольчому ринку України / Р. С. Грабовський, Р. П. Дудяк // Науковий вісник НЛТУ України «Економіка, планування та управління в галузях». Вип. 22.9. – 2012. – С. 184–188.*
4. *Ігнатенко М. М. Управління органічним виробництвом аграрних підприємств на засадах здійснення соціальної відповідальності / М. М. Ігнатенко // Економіка і фінанси : наук. жур. – Дніпропетровськ, 2015. – № 12. – С. 4–11.*
5. *Лесь А. В. Мотиви купівлі органічної продукції / А. В. Лесь, А. В. Раценко // Органічне виробництво та продовольча безпека. – Житомир : Полісся, 2015. – С. 151–154.*
6. *Новак Н. П. Особливості ціноутворення на органічну продукцію та засоби його удосконалення й використання в управлінні виробництвом / Н. П. Новак // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2016. – № 2 (34). – С. 51–55.*